



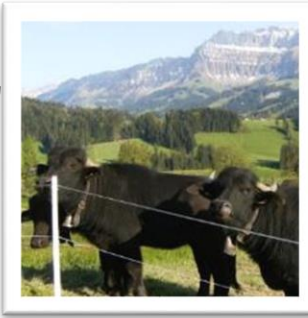
SAVURANDO – KULINARISCHE SCHATZSUCHE

KURZ KONZEPT



WAS IST SAVURANDO?





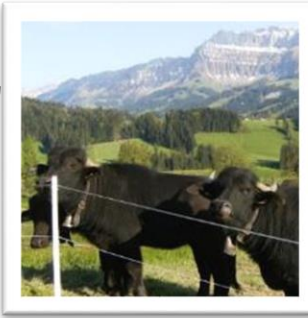
Savurando in Kürze

- Park erkunden mit Rätseln/Bildern/Hinweisen
- Fokus auf regionale Produkte, die von Coop verkauft werden (mind. 1 Produkt bei Coop verkauft (mit dem Produktelabel))
- Der Gast erlebt die Wertschöpfungskette und versteht die Wichtigkeit von regionaler Ernährung und Produktion
- 6 Erlebnisstationen mit Genuss von Produkten und/oder speziellen produktbezogenen Erlebnissen (z.B. Schaukäserei, Weinkeller,...)
- Gast hat gegessen und getrunken



Organisation und praktische Informationen

- Durchführung und buchbar während 2-5 Monaten
- Sofort starten oder voraus online buchen
- Dauer ca. 4h bis 6h
- Mind. 1 bei Coop verkaufte Park-Produkt (mit Pärke-Label)
- Gast hat gegessen und getrunken
- Besichtigung Preis 49.-/Person
(CHF 35.- direkte Wertschöpfung in der Region)
- Start- und Endpunkt in Gehdistanz zu ÖV-Haltestellen



Neuerungen:

- Integration einer App (Rätsel mit technischen Elementen)
- Verschiedene Schwierigkeitsgrade
- Verschiedene Varianten (Auch e-Bike möglich)

Inhaltliche Qualitätsicherung:

- Tourify: Experten im Bereich virtueller Krimis (Beratung Rätsel entwickeln)
- Smovie: Experte im Bereich digitaler Content erstellen (Workshop/Kurs)

Zeitraum der Entwicklung: 2023 oder 2024

Erwartete Anzahl Gäste: 500 bis 1'000 Personen jede Wanderung pro Jahr

Übergreifende Marketing-Kampagne → Coop als Hauptunterstützerin

Sensibilisierung → Thema Nachhaltigkeit im Alltag: Wo und wie kann der Konsument die Umwelt schonen. (Vermeidung von Plastikabfall und FoodWaste, Transportwege reduzieren)

Storytelling in den Rätselblättern, Videos in der App, usw.

Partner: SmartTrail App & Smovie

Tourify – SmartTrail www.tourify.ch

Smovie – Digitale Inhalte erstellen www.smovie.ch
→ [kurzes Vorstellungsvideo](#)

LAYOUT



Layout

Flyer Hochformat

Rätselblätter

Ticket

Webseite: savorando.ch



Ein Projekt der  Unterstützt von  



Ein Projekt der  Unterstützt von  

ONLINE SHOP



Online Shop



ZUM WEBSHOP

Tickets Buchen

Regionaler Naturpark Gruyère Pays-d'Enhaut: Die Wurzeln der regionalen Käsetradition

Die Wurzeln der regionalen Käsetradition: Erleben Sie

den Ursprung der Käsetradition im Regionalen Naturpark Gruyère Pays-d'Enhaut. Gleich zu Beginn des

Savurandos in Château-d'Oeux können Sie – wenn Sie

rechtzeitig ankommen – in der Schaukäserei die traditionelle Käseherstellung über dem Feuer beobachten. Die Schatzsuche führt Sie anschliessend durch die

einmaligen, voralpinen Landschaften und bietet Ihnen kulinarische Höhepunkte. Alles sei hier nicht verraten – in den Genuss von köstlichem Käse kommen Sie aber auf jeden Fall.

Foodtrail im Regionalen Naturpark Gruyère Pays-d'Enhaut ↗

KOMMUNIKATION



Kommunikationsplan - Eigenleistungen

Kanäle der Pärke und Tourismusorganisationen sowie Netzwerk

→ Rund 1 Mio. Kontakte

Netzwerk im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit und Social Media / SEO
Kampagne und bezahlte Inserate

→ Abhängig vom Budget der Pärke für Savurando nat.

Coop Zeitung – Je nach Region 50`bis 200`000 Auflage

Hinweise bei weiteren Kooperationen: PostAuto, wandern.ch, HelloFamilyClub,
usw.

Give Away Coop



BUDGET



Budget – Entwicklung Savurando (Schätzung gem. Erfahrungen)

Aufwand pro Park	Total	
	Aufwand in Tagen	
Échange d'expériences et évaluation	2	
Angebotsentwicklung	15	
Test & Optimierung	4	
Kommunikation & Lancierung	8	
Total	29	= CHF 20'880

Finanzierung	
CHF 10'440	Cash
+ CHF 10'440	<u>Eigenleistung</u>
<u>CHF 20'880</u>	<u>Total</u>
+ Testläufe	Produkte

Budget – Betrieb Savurando

(Schätzung, Absprache mit Pärken fürs Folgejahr)

Aufwand	CHF	Arbeit in h	Total CHF
Nationale Koordination		120	6'600.–
Kommission Webshop (7%)*	10'290.–		10'290.–

CHF/h CHF 55.00

*bei 500 Erwachsenen

Total 16'890.– Pro Park **CHF 2'815.00** bei 6 Pärken

+ Zusätzliche CHF 2'000 für die Kommunikation
 Kostenobergrenze = CHF 5'000 (eher weniger Kosten)

Budget – Ticket Preis

Pro Ticket 49.–

Für Produkte	35.–
Für Startposten	4.–
Für regionale Koordination	10.–
Für nationale Koordination	0.–

ORGANISATION UND ZEITPLAN



Organisation

Gäste	Partner	Park	Netzwerk
Erfährt vom Angebot	<--	<-- Kommunikation inkl. Druck Flyer	<-- Kommunikation
Informiert sich auf der Webseite	-->		--> Webseite aufschalten
<10 Personen	--> Kauft Tickets am Startposten	<-- Druck Tickets	
>10 Personen	--> Kauft Tickets online		<-- Webshop
Tauscht Tickets beim Startposten	--> Startposten tauscht online Tickets um	<-- Liefert Tickets und Rätselblätter	
Erhält das Startcouvert	<-- Gibt das Startcouvert ab	<-- Druckt & Verteilt Startblätter	<-- Liefert Vorlagen
Posten 1 bis 6	<-- Gibt Produkt und Rätselblätter ab	<-- Druckt & Verteilt Rätselblätter	<-- Liefert Vorlagen
Gast füllt Feedbackumfrage aus	--> Informiert Gäste über Feedbackumfrage		<-- Wertet die Umfrage aus
Geht nach Hause			
	Erhält den Betrag gem. Vereinbarung	--> Erhält und verteilt Einnahmen gem.	<-- Verteilt online Einnahmen

Zeitplan

(Theoretische Ablauf, wird mit Park abgesprochen)

	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Projekt Grundlagen												
Angebotsentwicklung												
Test & Optimierung												
Kommunikation & Lancierung												
Erfahrungsaustausch und Evaluation												



VIELEN DANK!

MERCI !

